

## Les GMS en pleine interrogation

**EUROSHOP** Plus économes en énergie, les nouveautés présentées lors du Salon EuroShop à Düsseldorf cherchent à répondre aux attentes des enseignes de la grande distribution, qui testent encore les nombreuses pistes possibles.

Jusque dans la couleur des stands des deux halls dédiés à la réfrigération, le vert était la couleur dominante de cet Euroshop 2011 axé sur le développement durable. Ce salon confirme une nouvelle fois sa prédominance internationale sur le marché des équipements et services pour le commerce de la distribution (*lire encadré*). Il s'avère un rendez-vous incontournable pour percevoir les tendances du secteur des GMS (\*).

Selon une étude menée par EIH auprès d'une trentaine d'enseignes de la distribution en Allemagne, il apparaît que 80 % des commerçants du secteur alimentaire se disent prêts à investir dans des installations frigorifiques moins gourmandes en énergie. Les économies attendues en la matière vont jusqu'à 20 %. Selon la même source, le coût énergétique dans le commerce alimentaire est supérieur à 55 euros par mètre carré de surface de vente. 44 % de ce montant est dû aux matériels réfrigérés. Bien qu'encore peu



pratiquée en l'absence de compteurs séparés, la distinction de consommation entre le froid positif et négatif est réalisée ici pour la première année. D'après l'étude, le premier représenterait 44 % des coûts énergétiques et le second 32 %.

### Au-delà du seul CO<sub>2</sub>

Le CO<sub>2</sub> s'affiche sur tous les stands comme le fluide du futur en GMS. Si l'option transcritique a trouvé ses adeptes au nord de l'Europe, c'est dans sa version subcritique

qu'elle pourra s'imposer au sud. Mais quels autres fluides trouveront alors leur place dans cette cascade ? Toutes les grandes enseignes sont encore en phase d'observation, notamment en France où une multitude de combinaisons sont testées. Encore très largement majoritaire, le R 404A voit son aura mise à mal du fait d'un GWP qui le pénalise dans les pays où la taxe carbone est déjà instituée. Les hydrocarbures quant à eux sont en forte progression dans les groupes logés.

● R-L-M.

## FRÉQUENTATION RECORD

Avec plus de 106 000 visiteurs, contre 104 760 il y a trois ans, cette édition 2011 est présentée comme la plus importante de tous les temps selon les organisateurs. Ils ajoutent, « après la crise de 2009, cette édition a révélé une réelle dynamique dans tous les secteurs de marché ». Globalement, sur les 2 038 exposants, ils étaient quelque 150 dans le domaine des meubles réfrigérés et des installations

(\*) Grandes et moyennes surfaces.

### À retenir

Le prochain salon Euroshop aura lieu à Düsseldorf du 15 au 19 février 2014.

**ARNEG**

## DES RÉDUCTIONS QUI S'AFFICHENT

L'espace d'exposition d'Arneg, dans l'esprit de sa communication générale, déclinait le vert sur tous les tons. Il symbolise notamment les gains énergétiques de ses nouveaux meubles de vente. Baptisée Osaka, cette vitrine en froid positif avec des portes à la transparence maximale affiche, par exemple, une baisse de 56 % des consommations énergétiques totales grâce aussi à des ventilateurs à basse consommation et à l'apport des éclairages leds. Ces derniers prennent des couleurs et s'adaptent en fonction des produits (rose par exemple pour la

viande). À noter que, dans ce même esprit de visibilité et de mise en avant des produits, le constructeur s'intéresse beaucoup à la technologie des vitrages intégrés à ses meubles. Il travaille ainsi avec Sovis (groupe Saint-Gobain) dont le triple vitrage Everclear permet, selon les concepteurs, de réduire la consommation électrique des congélateurs commerciaux jusqu'à 2 000 kWh/an m<sup>2</sup>, de diminuer les émissions de CO<sub>2</sub> de 0,9 tonne de CO<sub>2</sub>/an/m<sup>2</sup> (valeur moyenne) et d'augmenter les achats d'impulsion grâce à une transparence permanente. ●

